PROGRAMME DE FORMATION · MARKETING · MARKETING STRATÉGIQUE

À distance, en classe virtuelle

Construire une marque forte qui crée la préférence

Réf MM-PROG-MKG-1-002-35H · v1.1 · Novembre 2026

35h	5 jours	8	2 975 €
VOLUME HORAIRE	DURÉE	MODULES	HT PAR PARTICIPANT

Création, refonte ou consolidation d'une marque pour la différencier durablement.

À L'ISSUE, VOUS SAUREZ

1. Diagnostiquer la santé et la cohérence de sa marque actuelle
2. Définir une plateforme de marque et une vision stratégique pour celle-ci (mission, vision, valeurs, promesse, personnalité)
3. Construire un territoire de marque distinctif et différenciant
4. Décliner la marque sur l'ensemble des points de contact (visuel, verbal, expérientiel)
5. Piloter la performance de la marque dans le temps

POUR QUI

Dirigeants, responsables marketing et communication, brand managers, responsables de la stratégie de marque. Intermédiaire à confirmé, pratique du marketing et de la communication.

AVANT DE COMMENCER

Fondamentaux du marketing et de la communication

Poste de travail avec accès à internet

Éléments existants de sa marque (logo, charte, supports) à travailler pendant la formation stratégie de marque

APERÇU DU PARCOURS

MODULES 1 ET 2

La marque comme actif stratégique · Diagnostiquer sa marque

Définition de la marque : signe, promesse, expérience, sens · Audit d'identité de marque marketing

MODULES 3 À 5

Construire la plateforme de marque · Architecture d'une stratégie de marque · Protéger sa marque

Mission, vision, valeurs, raison d'être · Marque mère, gamme, produit · Propriété intellectuelle : marque verbale, semi-figurative, figurative

MODULES 6 À 8

Activer et faire vivre la marque · Développer et faire grandir la marque · Piloter la performance de marque

Storytelling et narratif de marque · Extension de gamme, extension de marque · KPI standards : notoriété spontanée et assistée, considération, préférence, fidélité, NPS

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- Alternance d'apports
- Études de cas
- Ateliers de co-création

PROGRAMME DÉTAILLÉ

MODULE 1 · 1H

La marque comme actif stratégique

Définition de la marque : signe, promesse, expérience, sens · Marque produit, service, corporate, employeur · La marque comme actif financier (valeur, valorisation) · La marque dans un monde IA

MODULE 2 · 4H

Diagnostiquer sa marque

Audit d'identité de marque marketing · Audit image et notoriété (perception, attribution, NPS de marque) · Audit valeurs et culture interne · Audit éditorial et social listening · Cartographie concurrentielle et mapping perceptuel, benchmark

MODULE 3 · 8H

Construire la plateforme de marque

Mission, vision, valeurs, raison d'être · Insight consommateur et tension à résoudre · Persona et parcours d'achat · Plateforme de marque : promesse, personnalité, ton de voix · Piliers de marque et territoires d'expression · Rédaction du brand book

MODULE 4 · 4H

Architecture d'une stratégie de marque

Marque mère, gamme, produit · Co-branding, sous-marques · Stratégies marketing multi-marques et marque unique · Cas pratique de stratégie de marque

MODULE 5 · 3H

Protéger sa marque

Propriété intellectuelle : marque verbale, semi-figurative, figurative · Procédure de dépôt INPI / EUIPO / WIPO · Surveillance et contrefaçon · Stratégie de protection sectorielle et géographique · Nom de domaine et antériorité

MODULE 6 · 6H

Activer et faire vivre la marque

Storytelling et narratif de marque · Choix des canaux et points de contact prioritaires · Brand activation et brand experience · Gestion des interactions et de la communauté

MODULE 7 · 6H

Développer et faire grandir la marque

Extension de gamme, extension de marque · Diversification produit/marché en marketing · Internationalisation et adaptation locale

MODULE 8 · 3H

Piloter la performance de marque

KPI standards : notoriété spontanée et assistée, considération, préférence, fidélité, NPS · Suivi de la valeur de marque · Plan d'action et roadmap à 6-12 mois

ÉVALUATION · SATISFACTION

Avant

Positionnement initial

Fin de formation

Projet final de plateforme de marque restituée · Livrable : plateforme de stratégie de marque complète et territoire d'expression validé

Bilan

Auto-évaluation de fin de formation + Attestation de fin de formation Mediamed précisant les compétences acquises

À chaud

Questionnaire de satisfaction anonyme

PROFIL FORMATEUR

Formation animée par un formateur expert du domaine, sélectionné et suivi par Mediamed.

Informations pratiques

INSCRIPTION

Par mail à contact@media-med.fr ou via le formulaire en ligne sur www.media-med.fr

DÉLAI D'ACCÈS

Inscription possible jusqu'à 15 jours avant le début de la session, sous réserve de places disponibles. Réponse sous 48 h ouvrées.

TARIF

2 975 € HT par participant
Financement OPCO ou direct

ACCESSIBILITÉ

Formation accessible aux personnes en situation de handicap : adaptations étudiées avec vous. Référent handicap : Olivier Virault · contact@media-med.fr · 09 54 05 52 44